

国际互联网上域名权的保护

王
连
峰

随着国际互联网的迅猛发展,出现了一些新的知识产权问题,而域名权的登录和保护便是其中的一个重要方面,对此加以研究有其重要的现实意义。

一、域名抢注,几网受阻

据经济日报 1996 年 12 月 12 日报道,一些中国内地著名企业在试图加入国际互联网(Internet)时受阻,因为这些企业的名称或商标已被香港几家企业抢先在国际互联网上注册为自己的域名。北京创联通信网络公司的检索表明,被抢注的中国著名商标和企业名称已达 400 多个,其中包括长虹、全聚德、荣宝斋、同仁堂、中华、红塔山、五粮液、青岛啤酒、健力宝、上海上菱、容声、宝钢、中国 505、999、海信、中化、中外运等,甚至一些内地著名城市的名称也被几家香港公司抢注成了自己的域名。域名的被抢注,使得我国企业和机构在进入 Internet 网时面临着极为困难的尴尬境地,其产生的久远影响也是不容忽视的,同时对我国的知识产权立法也是一个冲击。对国内企业来讲,如果不尽快申请自己的域名,以保护这一重要的知识产权,就有可能坐失良机,甚至永久丧失在 Internet 网这条信息高速公路上的通行证。

二、国际互联网及其主页

国际互联网,也称“信息高速公路”或“全球信息资源网”。1985 年美国国家科学基金会(NSF),投资建造了五大超级计算机中心,为使全国的科学家、工程师、大专院校的师生能共享这些资源,NSF 在大学以上以及按地区建立了局域网络,然后将这些局域网络连结起来形成了 NSFnet 网。网上的计算机都遵循 TCP/IP(传输控制协议/网际网协议)协议。与此同时,在美国各种局域网和广域网不断出现,当越来越多的网络加到 NSFnet 网时就形成了最初的 Internet 网^①。此后,其他国家的计算机网络也纷纷加入 Internet 网,使之成为全球范围的公共信息网。在短短几年内,Internet 网已迅速发展成为包容新闻出版、文学艺术、教育科技、金融投资、广告促销、文体体育等包罗万象的信息载体及传播媒介。Internet 网在以下几方面为人们提供了广泛的应用空间:①提供了一个非常便宜及有效的通信平台;②提供了市场推广和公关新渠道;③提供了发展网上贸易的可能性;④提供了庞大的信息资料库^②。目前,Internet 网覆盖面已包括中国在内的 170 多个国家和地区,网上用户已超过 5500 万,预计在

未来3年内用户将超过2亿^③,以Internet网为核心的电子信息产业产值将超过2万亿美元。我国在1993年开通了Internet网服务,目前网上用户已超过10万户。

Internet网发展如此迅猛,是因其具备巨大的商业潜能。通过互联网络,人们除可以查询商业信息、了解市场行情、阅读世界各地新闻外,还有一个重要功能——企业或机构可以在Internet网上建立自己的网站页面,即所谓主页(Homepage),展示企业形象,宣传自己的产品,使客户在看到企业广告的同时填写订货合同或直接与企业联系。Internet网的主页与报纸、电台、电视及户外广告宣传相比有其无法比拟的优越性:通过主页,企业可被全球的用户收看到;可以随时向客户播放;可以对企业形象、实力、产品进行生动的多方位的图文并茂的介绍;主页可随时增删;可以回答用户问题,进行双向交流和沟通。

三、域名及其登录

如果企业或有关机构希望在网上建立自己的主页,就必须取得一个域名。所谓域名,是指在国际互联网上的一个企业或机构的名字,是在互联网上企业间相互联络的网络地址。随着互联网在全球的迅速普及,互联网域名将成为规范企业的永久性电子商标,将作为企业通过互联网络进行销售、交流和宣传等活动的基本标识。

域名分为一级和二级,一级域名是世界通用性的,以http/www为前缀;后缀有七种,分别代表域名的不同类型,如org代表民间组织,gov代表政府机构,com代表商业单位,其中以com为后缀的域名最具商业价值。一些国际上的大公司、机构常使用一级域名,如IBM公司的域名为www.ibm.com。二级域名是以每个国家为单位,而且要求不太规则,因此价值较低。

域名的申请和登记由InterNIC(管理中心)负责,并要收取一定的费用。域名登录的原则,就是指服务器上由电脑自动生成的“流水号”分配给用户拟定的域名。一个物理地址的流水号只对应一个客户域名,也就是说,在一个流水号下不允许也不可能出现两个相同的域名。因此在Internet网上,域名具有唯一性。

四、域名权的保护

域名是企业 and 机构在Internet网上的标识,其功能如同商标在市场上的作用一样。世界上许多著名公司都是以其主商标注册域名的,如摩托罗拉公司是:www.motorola.com,微软公司的域名为www.microsoft.com,中国国际航空公司的域名为:www.airchina.com等。人们只有通过这个标识,才能找到企业和有关机构的主页和网站。从某种意义上看,域名实际是商标在Internet网上的延伸,可以称之为一种重要的知识产权,但又有别于传统的知识产权对商标权的保护,其中有许多新特点,值得研究和探讨。

第一,域名的唯一性不同于商标 商标的种类和构成有多种,而且一个商标也因其注册的产品不同而允许同时使用,如几个厂家可同时使用“月兔”牌商标生产不同的产品。但作为域名,其构成是单一的;在整个Internet网上是唯一的;而且只有第一家登录的厂商或机构才拥有这个域名。

第二,域名的无地域性不同于商标 作为商标,在甲国注册得到法律保护并不意味着在乙国也得到保护,须重新在乙国申请注册才能得到该注册商标专用权,这是由工业产权的地域

性决定的。而域名则无这样的限制,因为互联网是跨国的,不受地域制约,这也是由域名的唯一性决定的。

第三,域名获得的自动性不同于商标 商标权的获得是申请人根据法律的规定,向国家有关机构申请,国家主管部门经公告、审查、批准后由国家授权方可获得,需要一定的期限,并非自动产生的权利。而域名的获得是自动的,只需申请和登记,无需有关部门审批,一旦获得便难以变更。

第四,域名的无法典性不同于商标 对商标各国都有专门的单行法规及相应的司法机关和管理机构。国际社会对商标的保护基本达成共识,并制定出有关的国际公约。而域名问题,虽然各国已认识到其重要性,并试图在知识产权法方面进行立法保护,但由于域名本身的特殊性,现尚未达成一个共同的意见,因此,对域名目前尚无统一的法律及相应的管理机构。

随着 Internet 网的迅速发展,使域名被抢注的现象屡屡发生,并导致严重后果。如美国 MTV 电视台的域名:mtv.com 被其职员登录,MCI 电话公司的域名:mci.com 被另一家电话公司 Sprint 登录。国内著名商标“娃哈哈”、“健力宝”、“海尔”、“红塔山”等品牌均为其他公司在网上“抢注”。可以设想,企业一旦失去域名,将会导致什么结果?首先,企业将面临着失去占据未来主导商业地位 Internet 网的大市场;其次,这些域名被抢注后,往往只能用巨额资金购买,而有时即使出重金也难以如愿;再次,如抢注者将域名转让给商业竞争对手,后果不堪设想。面对如此严峻的形势,域名的保护便日益紧迫地提到议事日程。笔者认为,对域名的保护,目前我们应采取如下措施。

第一,及时了解国际互联网管理中心(Inter NIC)发布的有关规定,做到知己知彼 1996年9月,国际互联网管理中心公布了新的域名管理条例。新条例规定,当商标权人认为他人在 InterNIC 恶意抢注了其商标作为域名的,商标权人可以向 InterNIC 提出争议,并同时向有关法院提出诉讼。InterNIC 会将此域名暂时“没收”,直至法院作出裁定。国内已被抢注了域名的企业和机构,应根据此规定,亡羊补牢,赶紧采取行动,否则会贻误时机。

第二,企业应高度重视域名的保护 对国内企业而言,特别是知名企业和有著名商标的企业,应高度重视域名的问题,全面了解,熟知 Internet 网这一新生事物的作用及潜在的巨大商业价值,尽快申请自己的域名,作到未雨绸缪,以保护这一重要的知识产权,否则将会付出高昂的代价。如北京亚都公司的域名被香港某公司抢注,却要亚都公司每年向其交付 1.5 万美元的租用费,而国内域名注册费用仅需 1500 元人民币,两者相差甚远,而由此导致的国际市场份额减少的间接损失更是难以估量。

第三,成立相应的中介组织 Internet 网对我国企业和机构来讲还是个“星外来客”,但我们最终总得打开门来欢迎这位新朋友。这个“门”需要通过中介组织来开。我国在这方面已作了尝试并开始运作。国内贸易部北京创联通信网络公司开了先例。创联公司提供一种在没有任何国际互联网设施的情况下注册企业的国际网络域名的方案。这类中介组织目前国内很少,国家有关部门应加快这方面机构和人才的建设,为企业服务。

注:

- ① 雷燕:《国际计算机互连网络——Internet 的功能及其在图书馆中的应用》,中山大学学报 1995 年第 4 期第 122 页。
- ② 《互联网络在中国星星之火渐燎原》,《国际商报》1997 年 1 月 10 日。
- ③ 白纲:《域名——企业重要的知识产权》,《中华商标》1997 年第 1 期第 23 页。